



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIOS: BY YOUR SIDE
HEADHUNTING

ELABORADO POR: THIAGO VILHENA CORRÊA DE OLIVEIRA

TIPO DE EMPRESA: EMPRESA NASCENTE

João Pessoa
Outubro de 2018

THIAGO VILHENA CORRÊA DE OLIVEIRA

PLANO DE NEGÓCIOS: BY YOUR SIDE HEADHUNTING

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Serviço de Estágio Supervisionado em Administração do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: M.Sc. Arturo Rodrigues Felinto.

Coordenadora do Curso: Ana Karolina Kruta Bispo

João Pessoa

Outubro de 2018

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

O48p Oliveira, Thiago Vilhena Correa de.
Plano de Negócios: By Your Side Headhunting / Thiago
Vilhena Correa de Oliveira. - João Pessoa, 2018.
38 f. : il.

Orientação: Arturo Felinto.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Headhunting. 2. Jobhunting. 3. Mercado de trabalho.
4. Vagas estratégicas. 5. Seleção. I. Felinto, Arturo.
II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de Aprovação

THIAGO VILHENA CORRÊA DE OLIVEIRA

PLANO DE NEGÓCIOS: BY YOUR SIDE HEADHUNTING

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: 22 de outubro de 2018

Banca Examinadora



Prof.º Arturo Rodrigues Felinto, Mestre
Orientador



Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor
Examinador

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer ao meu grande professor e orientador Arturo R. Felinto, por ter dedicado seu tempo a me transmitir conhecimentos e me guiar na construção e elaboração desse trabalho. Um verdadeiro Mestre no que faz, sempre buscando o aprimoramento de seus alunos e os dignificando com o conhecimento.

À minha orientadora Cida Vilhena sou grato por todas as tardes passadas, as infinitas pesquisas, as correções necessárias e os momentos que estivemos juntos. Muito obrigado por tudo, pelo que estudamos e escrevemos, por todos os risos e minutos de reflexão; obrigado por ser muito mais que uma avó. Por ser minha eterna professora e orientadora do nosso trabalho.

Agradeço a minha mãe, Luciana Vilhena, por ter me apoiado durante todo o curso e por estar junto de mim nos momentos que precisei, por ter fornecido sua visão de empresária ao meu trabalho e por ter compartilhado sua experiência comigo.

Agradeço a minha namorada Mirna Monteiro por compreender minha dedicação a esse plano de negócios, por auxiliar na formulação, além de me confortar nos momentos de estresse e desconstrair em momentos de alegria.

Agradeço ao professor Rosivaldo Lucena pelas aulas de Empreendedorismo, que foram de extrema importância para a formação deste plano de negócios, pelos materiais cedidos e pelos conhecimentos repassados.

A todos da família Vilhena: Ary C. Vilhena, Icó Vilhena, Marília Vilhena, Júlia Vilhena, Francisco Moura, Leila Vilhena, Wallace Ramos, Nicole Vilhena, Lilian Vilhena e Marcos Batalha; muito obrigado por todo apoio durante o curso e o trabalho de conclusão.

Agradeço a meu pai Virgínio Neto, a minha madrastra M^a Eduarda Tigre e ao meu irmão Pedro Henrique Corrêa de Oliveira, que, mesmo distante fisicamente, não deixaram de lado o apoio a mim e ao meu curso.

A minha amiga Edna Emanuele, agradeço por todos trabalhos compartilhados, todos os cafés, risadas e conversas durante todo o curso.

Por fim, agradeço a todos meus amigos, em especial Jorge Diaz, Vinícius Holanda e Felipe Xavier, pelos momentos de alegria durante minha trajetória acadêmica. A todos vocês meu muito obrigado!

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Indicadores Financeiros.....	12
Quadro 1: F.C.S. – Fatores Críticos de Sucesso.....	16
Quadro 2: Análise Swot.....	16
Quadro 3: Máquinas e Equipamentos.....	25
Quadro 4: Móveis e Utensílios.....	26
Tabela 2: Prazo Médio de Vendas.....	27
Tabela 3: Prazo Médio de Despesas	27
Tabela 4: Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias	27
Tabela 5: Capital de Giro para Empresas de Serviço	27
Tabela 6: Investimentos Pré-Operacionais	28
Tabela 7: Descrição dos Investimentos	28
Tabela 8: Estimativas de Faturamento Mensal.....	29
Tabela 9: Estimativas dos Custos de Comercialização	29
Tabela 10: Estimativas de Custos com Mão de Obra.....	29
Tabela 11: Estimativas de Custos com Depreciação.....	30
Tabela 12: Estimativas de Custos Operacionais Mensais	30
Tabela 13: Demonstrativos de Resultados	31

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	9
1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	9
1.2 MISSÃO	10
1.3 VISÃO.....	10
1.4 VALORES	10
1.4.1 Compromisso	10
1.4.2 Confidencialidade	10
1.4.3 Foco	10
1.5 SETOR DA EMPRESA	10
1.6 FORMA JURÍDICA.....	11
1.7 CAPITAL SOCIAL.....	11
1.8 MIX DE SERVIÇOS	11
1.8.1 BY YOUR SIDE BUSINESS	11
1.8.2 BY YOUR SIDE PEOPLE.....	11
1.9 INDICADORES FINANCEIROS.....	12
2 ANÁLISE DE MERCADO	13
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES	14
2.1.1 Público-Alvo (Perfil dos Clientes)	14
2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a adquirir o serviço).....	14
2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes?)	15
2.2 PRINCIPAIS CONCORRENTES	15
2.2.1 Principais Tipos de Concorrentes	15
2.2.1.1 Consultorias de RH	15
2.2.1.2 Sites de Recrutamento.....	15
2.2.1.3 <i>Headhunters</i> autônomos	15
2.2.2 Fatores Críticos de Sucesso.....	16
2.3 ANÁLISE SWOT	16
2.3.1 Forças.....	17
2.3.2 Fraquezas	17
2.3.3 Oportunidades	18
2.3.4 Ameaças.....	18
2.4 RESULTADOS DA PESQUISA	19
3 PLANO DE MARKETING.....	22
3.1 DESCRIÇÕES DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS	22
3.1.1 <i>Headhunting</i>	22
3.1.2 <i>Jobhunting</i>	22
3.2 PREÇO	23
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	23
3.3.1 Apresentação dos serviços.....	23
3.3.2 Divulgação da marca	24

3.3.3 Fidelização dos clientes	24
3.4 ESTRUTURAS DE COMERCIALIZAÇÃO	24
4 PLANO FINANCEIRO	25
4.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	25
4.2 CAPITAL DE GIRO	26
4.2.1 Caixa Mínimo	26
4.2.1.1 Prazo Médio de Vendas	27
4.2.1.2 Prazo Médio de Pagamento de Despesas	27
4.2.1.3 Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	27
4.2.2 Capital de Giro para Empresas de Serviço	27
4.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	28
4.4 INVESTIMENTOS TOTAIS	28
4.5 ESTIMATIVAS DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	28
4.6 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	29
4.7 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA	29
4.8 ESTIMATIVAS DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	30
4.9 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	30
4.10 DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS	31
4.11 INDICADORES DE VIABILIDADE	31
4.11.1 Ponto de Equilíbrio (<i>Breakeven</i>)	31
4.11.2 Lucratividade	32
4.11.3 Rentabilidade	32
4.11.4 Prazo de Retorno de Investimento (<i>Payback</i>)	32
5 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	34
5.1 CENÁRIO PESSIMISTA	34
5.2 CENÁRIO OTIMISTA	34
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	36
APÊNDICE A	37

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A ByYourSide ou simplesmente BYS, é uma empresa que presta serviços na área de *Headhunting* e *Jobhunting*, e tem como público-alvo desde microempresas até empresas de médio porte, além de profissionais capacitados que se interessem em ocupar os níveis táticos e operacionais dessas. Foi inspirada pelas dificuldades na assertividade dos processos de recrutamento e seleção, nos dias atuais.

A empresa será sediada na capital paraibana e pretende iniciar suas atividades em meados do mês de Julho de 2019. Focando inicialmente em apresentar ao mercado de empresas do terceiro setor da cidade de João Pessoa, uma alternativa às estratégias ultrapassadas de recrutamento e seleção, e também no processo de recolocação profissional.

Para fins de abertura, a BYS será classificada de acordo com (SEBRAE, 2016) como microempresa e terá sua razão social como: THIAGO VILHENA CORRÊA DE OLIVEIRA ME. Na data de fundação, a empresa contará com 4 (quatro) funcionários, sendo eles: o sócio fundador, que inicialmente cuidará da parte administrativa, comercial e financeira; um gerente na área de *marketing*, que se encarregará da promoção, divulgação e das campanhas publicitárias da BYS; um funcionário de Recursos Humanos especializado em Recrutamento e Seleção (BYS *Business*); e finalmente um funcionário de Recursos Humanos com experiência no processo de *Outplacement* (BYS *People*).

1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES

A BYS apresenta um único sócio fundador: o estudante concluinte do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba, Thiago Vilhena Corrêa de Oliveira, 20 anos, que reside atualmente na rua da Candelária, 25, Manaíra, João Pessoa- PB. Paraibano, apaixonado por descobertas no campo administrativo, interessou-se pelo tema ao se deparar com a raridade de profissionais capacitados para a função desejada disponíveis no mercado. Desde então, imergiu em pesquisas para achar formas mais eficientes de encontrar tais profissionais; dentre essas pesquisas se destacou-se o campo do *Headhunting* e logo consequentemente o *Jobhunting*. Este permite que as empresas busquem profissionais que já estão no mercado de trabalho e que se adaptem ao seu negócio.

Após a consolidação da empresa no mercado, o empresário pretende realizar cursos, no exterior, de desenvolvimento e aprofundamento nas áreas de Recrutamento e Seleção, *Headhunting*, *Jobhunting* e Plano de Carreira.

Inicialmente a BYS se localizará em sala comercial alugada na Av. Monteiro da Franca,

160 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58015-680. Este espaço contará com birô destinado ao gerente de *marketing*, sala para os profissionais de Recursos Humanos, birô para o sócio fundador responsável pelo financeiro comercial e administrativo, e uma sala de reuniões para entrevistas presenciais, teleconferências e reuniões internas. Além disso, o espaço disponibilizará uma central de impressora, internet Wi-Fi para funcionários e clientes, banheiro e uma pequena copa.

1.2 MISSÃO

A BYS tem como missão promover soluções de praticidade e assertividade nos processos de *Headhunting* e *Jobhunting*.

1.3 VISÃO

Ser reconhecidamente a maior empresa de *Headhunting* e *Jobhunting* da Paraíba até o ano de 2023.

1.4 VALORES

1.4.1 Compromisso

Buscamos sempre proporcionar a melhor solução para o problema de nossos clientes.

1.4.2 Confidencialidade

Prezamos pela segurança dos dados de nossos clientes.

1.4.3 Foco

Trabalhamos em busca de um único objetivo: resolver de forma rápida e assertiva as demandas.

1.5 SETOR DA EMPRESA

A BYS se enquadrará inicialmente como uma microempresa no modelo de serviços. De acordo com o SEBRAE (2016), classifica-se como Microempresa aquela que possui faturamento anual entre R\$60.000,00 a R\$360.000,00. De acordo com a visão, é possível que a empresa em pouco tempo tenha que se tornar uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), cujo faturamento varia desde R\$360.000,00 até R\$3.600.000,00.

1.6 FORMA JURÍDICA

A empresa será registrada em momento anterior à abertura para que a partir da inauguração já possa estar funcionando de forma legal como uma Microempresa. Inicialmente, a ByYourSide pretende aderir ao sistema de tributação do Simples Nacional, posicionando-se inicialmente na segunda faixa de tributação, com alíquota de 7,30% de acordo com o *site* do Ministério da Fazenda.

1.7 CAPITAL SOCIAL

O capital social da BYS terá origem única, será proveniente 100% da conta de pessoa física do sócio fundador. Para a abertura da empresa, o montante disponibilizado será de R\$70.000,00, podendo haver aportes futuros. Thiago Vilhena Corrêa de Oliveira detém 100% de participação na empresa, sendo caracterizado assim como único proprietário.

1.8 MIX DE SERVIÇOS

Com a possibilidade de atender aos dois lados da moeda, a BYS divide-se em dois departamentos que estão visceralmente ligados e que prestam serviços correlacionados. Esses são:

1.8.1 BY YOUR SIDE *BUSINESS*

Esta parte da empresa dedica-se aos serviços de *Headhunting*, Recrutamento e Seleção, disponibilizando aos clientes (empresas), um portfólio de profissionais com experiências atuais no mercado e capacitados para impulsionarem os resultados da empresa contratante.

1.8.2 BY YOUR SIDE *PEOPLE*

Este segmento da empresa representa o caminho inverso. Atua com serviços de *Jobhunting*, *Outplacement* (recolocação profissional) e Plano de Carreira. Oferecendo aos clientes (profissionais), uma carteira de oportunidades e vagas de trabalho que condigam com o seu perfil e que contribuam para formação de carreira de acordo com as expectativas.

1.9 INDICADORES FINANCEIROS

Nesta seção, listaremos os resumos dos resultados dos principais indicadores financeiros:

Investimentos Totais	R\$ 68.583,87
Estimativa de Faturamento Mensal	R\$ 75.000,00
Estimativa de Custos Fixos Mensais	R\$ 16.468,95
Resultado Operacional	R\$ 39.781,05
Ponto de Equilíbrio	R\$ 21.958,60
Lucratividade	53,04%
Rentabilidade	58% ao mês
Prazo de Retorno de Investimento	1,72 meses

Tabela 1: Indicadores Financeiros. Fonte: Elaboração do Autor (2018)

2 ANÁLISE DE MERCADO

De acordo com a Redação Brasil Profissionais (2017), a profissão de *Headhunter* surgiu há quase 90 anos, sendo Thorndike Deland o precursor no ramo nos Estados Unidos. O referido trabalho avançou bastante nas décadas de 50 e 60, num momento de expansão econômica, onde o foco da economia passou a ser a eficiência do mercado.

Esclarecendo, afirma Rodolfo Sahd, General Manager da Foursales Group: “Desde sua origem, nos anos 50, o headhunter é um profissional que tem grande experiência no segmento ou departamento para o qual recruta e é um especialista em encontrar e fazer comparações entre pessoas. Sendo assim, se ele recruta para área comercial de Bens de Consumo, por exemplo, em tese, ele deveria vir deste segmento ou do departamento comercial.”.

O especialista reforça que a *expertise* não basta atualmente para esse trabalho, do qual se exige, hoje, bem mais do que conhecer as características mercadológicas e manter um *network* eficaz. “Atualmente, o desafio se encontra principalmente em comparar profissionais de um determinado departamento para propor ao cliente profissionais de alta performance que tragam as melhores práticas departamentais para uma posição.”

A função de *headhunter* se diferencia das agências de emprego por selecionar profissionais estratégicos em vez de, simplesmente, buscar funcionários. Para exercer essa função não existe uma formação específica, porém é imprescindível a formação superior em alguma área assim como a experiência em gestão empresarial. O *headhunter* pode trabalhar de forma autônoma, estabelecer contratos temporários, optar pela prestação de serviços ou até integrar a equipe de uma empresa, desde que mantenha sua meta de preencher as vagas abertas com profissionais competentes.

Segundo dados do IBGE (2018) (Instituto brasileiro de Geografia e Estatística) e através da pesquisa Pnad Contínua, o índice de desemprego no Brasil chegou à marca de 12,2% no trimestre encerrado em janeiro desse ano, significando que 12,7 milhões de pessoas se encontram fora do mercado de trabalho no país. A renda per capita do brasileiro é de R\$1268,00 enquanto que na Paraíba, especificamente, a renda média da população é de R\$928,00.

O atual desemprego não implica, porém que o desempregado permaneça na estagnação, pelo contrário, esse é o momento de ele ir em busca de orientações para conseguir a recolocação no mercado de trabalho. Entram aí os serviços do *Jobhunter*, que vão indicar vagas alinhadas ao perfil do candidato. Paralelamente, as organizações vão consultando os *headhunters*, para terem indicações mais exatas e, com isso, livrarem-se das vultosas somas gastas com indenizações.

A rotatividade do mercado de trabalho encerrou dezembro passado em 4,71 pontos percentuais, recuando ao mesmo patamar de 2007, de acordo com levantamento da consultoria Tendências, a pedido da Reuters e com base nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) (2017), do Ministério do Trabalho. Para Renato da Fonseca, gerente-executivo de Pesquisas da Confederação Nacional da Indústria (CNI): “A elevada rotatividade gera um comportamento ruim nos agentes da economia. Na maioria dos casos, há menos capacitação dos trabalhadores e as empresas se dispõem a ensinar menos”. Esse quadro, acrescenta ele: “prejudica o crescimento, a economia e a melhora da produtividade do País.”

A economista Alessandra Ribeiro, da Tendências Consultoria, e responsável pelos cálculos em questão, opina: “É curioso que, apesar do desemprego mais elevado, a rotatividade não tenha recuado tanto” Sendo assim, a economia brasileira é afetada por esse constante rodízio de contratações e demissões, porque diminui a competitividade entre as empresas, o que se torna mais um impedimento para o crescimento do País.

Com propostas de minimizarem as citadas perdas, colocam-se as empresas de *Outplacement*, *Headhunter* e *Jobhunter*, cujos modelos de trabalho são um tanto quanto recentes na história da Gestão de Pessoas. Eles evoluíram de uma relação mais antiga, conhecida como Recrutamento e Seleção, e têm em comum o uso da informação como fator estratégico para seu êxito.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

2.1.1 Público-Alvo (Perfil dos Clientes)

A BYS (by your side), uma empresa de *headhunting* e *jobhunting* (recolocação profissional), tem como público-alvo desde microempresas até empresas de médio porte e profissionais que queiram ocupar os níveis táticos e operacionais dessas. A BYS destaca-se das demais empresas de *headhunting* do Brasil por atender empresas de portes diferentes das atendidas pelos concorrentes, que usualmente mantêm consultoria a organizações de grande porte financeiro. Além disso, diferencia-se também por focalizar em empresas do terceiro setor (comércio e serviços).

2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a adquirir o serviço)

Os clientes da BYS são empresas interessadas em encontrar as peças necessárias para o melhor funcionamento da engrenagem empresarial; bem como pessoas que desejam encontrar o seu lugar de maior produtividade dentro de uma organização.

2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes?)

A By Your Side pretende atender inicialmente às demandas do mercado de trabalho do Estado da Paraíba, incluídos aí candidatos e empresas que desejem se instalar no nosso Estado.

2.2 PRINCIPAIS CONCORRENTES

Avaliamos que nossos principais concorrentes são as empresas no segmento de recursos humanos, recrutamento e seleção existentes na Paraíba, aproximadamente 20 firmas.

Existe também a competição, na área de *headhunting*, com profissionais autônomos. As empresas de recursos humanos usualmente oferecem serviços de consultoria em geral, porém para garantir mais fluidez e agilidade ao processo de seleção, um serviço de *headhunting* pode ser necessário. Esse profissional é essencial quando há demanda para cargos estratégicos e confidenciais, em que o processo de seleção supõe total sigilo e discrição.

2.2.1 Principais Tipos de Concorrentes

De acordo com a análise de mercado, observamos que nossos maiores concorrentes se concentram em consultorias de RH, *sites* de recrutamento e *Headhunters* autônomos.

2.2.1.1 Consultorias de RH

Consideramos as empresas Feedback Consultoria, Completa Consultoria, Brazilian Consultoria e A Prospectiva como as principais do segmento na Paraíba, todas elas já consolidadas no mercado. É válido ressaltar que seus serviços são mais abrangentes do que os da BYS, que foca suas ações no *Headhunting* e *Jobhunting*.

2.2.1.2 Sites de Recrutamento

Dentre os diversos *sites*, os mais acessados tratam-se de LinkedIn, Catho e Indeed, que por conta do fácil acesso e do baixo custo são muito utilizados. Porém, têm a desvantagem de demandarem mais buscas por parte dos clientes que empreendem, por si mesmos, várias etapas do processo de seleção, o que exige mais tempo até conclusão da consulta. Além disso, tais canais não se responsabilizam pela adaptação do candidato na empresa.

2.2.1.3 Headhunters autônomos

Monica Consultorias, Luciana Silveira, e outros profissionais autônomos da área, oferecem a vantagem de menos burocracia, porém possuem limitações na capacidade de atendimento. Tivemos dificuldade em encontrar a descrição dos serviços que realizam bem

como a garantia que oferecem.

2.2.2 Fatores Críticos de Sucesso

O quadro 1 irá listar a relação entre os principais tipos de concorrentes da BYS e fatores que os clientes podem levar em conta na hora de adquirir os serviços. Nele é feito um comparativo, onde é demonstrado em que aspectos a nossa empresa está mais forte, igual ou mais fraca em relação às demais no mercado.

F.C.S.	Consultorias de RH	Sites de Recrutamento	Headhunters autônomos
Localização	+	N	N
Preço do Serviço	>	>	=
Especialização na área	+	+	=
Atendimento	+	+	+
Equipe	=	N	>
Experiência na área	<	N	<

Quadro 1: F.C.S — Fatores Críticos de Sucesso. Fonte: Elaboração do autor (2018)

(+) significa “melhor do que”;
 (<) significa “menor que”;
 (>) significa “maior que”;
 (=) significa “igual a”
 (N) significa “não se aplica”.

2.3 ANÁLISE SWOT

Com a finalidade de situar nossa empresa em relação ao mercado de trabalho, considerando as forças e fraquezas, bem como as oportunidades e ameaças com que temos que lidar na constituição organizacional, apresentamos a análise SWOT da BY YOUR SIDE.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Atendimento personalizado ao cliente; -Extenso banco de vagas e currículos; -Portfólio de produtos e serviços; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiência anterior no mercado; -Equipe reduzida; -Escassez de recursos financeiros;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> -Poucos concorrentes na região; -Aumento crescente da demanda; -Maior acesso às ferramentas digitais; 	<ul style="list-style-type: none"> -Desconhecimento dos nossos serviços, por parte do mercado; - Escassez de mão de obra qualificada; - Concorrência dos headhunters autônomos;

Quadro 2: Análise SWOT. Fonte: Elaboração do autor (2018)

Como justificativa da análise e melhor compreensão, listaremos a seguir os pontos observados na matriz SWOT de forma mais detalhada.

2.3.1 Forças

- **Atendimento personalizado ao cliente**

Como um ponto de força, escolhemos esse item porque garantiremos uma maior rapidez na contratação, propiciando uma competição de alto nível no mercado, pela exatidão das nossas indicações.

- **Extenso banco de vagas e currículos**

Com a manutenção e atualização de um extenso banco de vagas e currículos, poderemos oferecer aos clientes mais opções de escolhas.

- **Portfólio de produtos e serviços**

Consideramos um ponto forte incluir no nosso portfólio serviços que atendam de forma abrangente a todos os tipos de contratantes, ou seja, as organizações empresariais e os candidatos ao mercado.

2.3.2 Fraquezas

- **Falta de experiência anterior no mercado**

Em virtude da recente formação da empresa, nossa experiência se limita ao campo teórico e às informações obtidas através de nossas pesquisas.

- **Equipe reduzida**

Levando em conta o crescente mercado de trabalho na Paraíba e tendo em vista nosso propósito de liderar o nosso segmento no Estado, consideramos a nossa equipe inicial reduzida para realizarmos nossos objetivos.

- **Escassez de recursos financeiros**

Diante dos nossos planos de treinarmos a equipe em centros internacionais, a escassez de recursos financeiros trata-se de uma fraqueza para a BY YOUR SIDE.

2.3.3 Oportunidades

- **Poucos concorrentes na região**

Considerando que as empresas de consultoria, recrutamento e seleção da Paraíba ainda não se dedicam exclusivamente ao *Headhunting* e *Jobhunting*, assim como os *freelancers* do setor não atendem às empresas de mesmo porte dos nossos clientes, a pouca concorrência se torna uma grande oportunidade para nós.

- **Aumento crescente da demanda**

Devido à grande rotatividade no atual mercado de trabalho, aumentam consideravelmente as ofertas e procuras de vagas e de candidatos. Diante desse fato acontece uma ampliação crescente da demanda dos serviços da nossa empresa

- **Maior acesso às ferramentas digitais**

Tendo em vista que as ferramentas digitais são excelentes facilitadoras para o trabalho da nossa organização, elencamos esse item como uma oportunidade para o melhor desempenho das nossas funções.

2.3.4 Ameaças

- **Desconhecimento dos nossos serviços por parte do mercado**

Por se tratar de um segmento recente no Brasil e principalmente na Paraíba, os benefícios da contratação de um *headhunter* ou *jobhunter*, ainda são pouco conhecidos pelos empresários paraibanos, que muitas vezes, consideram um serviço de alto custo, podendo até pagar bem mais por recorrentes processos de admissões e demissões.

- **Escassez de profissionais qualificados**

As empresas estão demandando profissionais estratégicos, qualificados para as ofertas. Na Paraíba, porém, os candidatos aptos ainda são escassos em relação à demanda.

- **Concorrência dos *headhunters* autônomos**

É realidade que a atuação de *freelancers* no segmento de indicações de vagas e de candidatos se constitui numa ameaça para nossa empresa, apesar de que a falta de estrutura e de organização empresarial desses concorrentes tendem a prejudicá-los.

2.4 RESULTADOS DA PESQUISA

Com base nas respostas dos questionários, respondidos através de e-mails, examinamos as respostas, bem como as opiniões e falsas impressões a respeito dos serviços do Headhunter. Analisamos as informações de empresários dos seguintes setores: comércio de veículos, assessoria contábil, serviço de aluguel de roupas, de duas indústrias de pequeno porte, e de um comerciante da área de iluminação. A média dos funcionários nessas organizações chega a 58 colaboradores.

Optamos por um questionário qualitativo, desenvolvido através da plataforma *Googleforms*, nele foram feitas 8 perguntas abertas, que permitiam ao entrevistado respostas mais amplas, e 2 questões de múltipla escolha. A enquete supracitada foi enviada para 40 empresários de diversos ramos de atuação, onde 50% desses produziram respostas.

Depois da qualificação inicial, indagamos: “Qual a maior dificuldade no momento da contratação do empregado”? Os pesquisados foram unânimes em citarem a baixa qualificação dos candidatos para a função específica. A falta de experiência para o cargo também foi elencada.

O proprietário de uma pequena indústria assim resumiu essa questão: “Nossa maior dificuldade é encontrar pessoas com as competências técnicas e comportamentais que o cargo requer”.

Complementando, o empresário do setor de automóveis, acrescentou: “Hoje não temos tempo a perder com profissionais desqualificados e desinformados. A maior barreira é encontrar um candidato que reúna a capacitação necessária, disponibilidade e no caso de chefes de venda e gerentes, por exemplo, que exerça liderança”.

Ao questionarmos sobre a forma de contratação de cada empresa, todos nos informaram que mantêm um banco de currículos, ao qual recorrem quando precisam de um novo funcionário. As referências anteriores do candidato foram consideradas como um diferencial na hora de selecionar um empregado.

O diretor da Indústria de Cerâmica Vermelha respondeu que: “A seleção se dá pela análise dos currículos do banco de dados ou por indicações de outros colaboradores. Existe também uma agência de empregos que nos auxilia na contratação”.

Ainda sobre o modo de preencher vagas estratégicas, ressaltamos a descrição de outro proprietário de indústria de polpas de fruta de pequeno porte:

“Inicialmente é feita uma descrição do cargo a ser preenchido, enfatizando as competências e habilidades necessárias ao seu cumprimento. Então recorremos ao

nosso time para ver se há alguém com o perfil desejado e, em caso contrário, procuramos no banco de currículos. Por último, terceirizamos a contratação”.

Apenas a comerciante da área de Iluminação não fez uso dos serviços de Empresas de Recursos Humanos. Ao perguntarmos aos demais, como foi a experiência, deixaram claro que nem sempre obtiveram bons resultados. A proprietária da loja de Aluguel de Roupas esclareceu que:

“Só contrato através de empresas de Recursos Humanos. Em alguns casos, a experiência foi bem-sucedida, mas em outros, os candidatos selecionados não continuaram na empresa. A vantagem de ter indicações de especialistas em RH é que economizo tempo porque início a minha participação na escolha a partir de uma entrevista, já tendo algumas referências do candidato. Acho importante um contato com o pretendente, pois é fundamental certa empatia entre nós. Vale ressaltar que alguns indicados, mesmo com excelentes recomendações, não se enquadram na política da empresa.”

Diante da nossa curiosidade em saber quanto tempo a organização enfrenta para preencher uma vaga estratégica, os entrevistados variaram suas respostas: o mínimo 15 dias e o máximo, três meses. Nesse sentido, o empresário do segmento de cerâmica vermelha, enfatizou que:

“Quando um cargo estratégico fica vago, toda a empresa sente os reflexos. Existe uma cadeia de funções que se desestabiliza. Quando se passa mais ou menos um mês sem encontrar um substituto à altura, nós, proprietários, distribuímos com outros colaboradores as responsabilidades. Mas ocorrem prejuízos, a comunicação interna fica prejudicada”.

A seguir, colocamos a seguinte questão para os entrevistados: “No caso do *Headhunter*, que conhece a política e as pretensões empresariais, as indicações são mais rápidas e exatas. Você levaria em conta esse diferencial?” Todos os consultados afirmaram que levariam em conta tais prerrogativas, e a empresária do setor de vestuário ressaltou que:

“É muito importante que um profissional com essa tarefa conheça a filosofia empresarial do cliente, bem como os planos de crescimento. Nós precisamos de candidatos que se ajustem às demandas do nosso negócio. Eu levaria em conta esse diferencial porque o índice de aproveitamento da indicação seria mais garantido.”

O proprietário da Assessoria Contábil também deu sua opinião:

“Uma indicação acertada é o que mais necessito e acredito que um *headhunter* detém informações privilegiadas para repassar aos que o contratam. Pelo que observei no vídeo que foi enviado junto a esse questionário, esse profissional possui um seleto banco de dados com candidatos de diversos perfis. Portanto eu levaria em conta o diferencial proposto na pergunta!”

Prosseguindo, indagamos se os pesquisados concordavam com o seguinte argumento: “O investimento com os serviços de *Headhunting* é compensador em longo prazo, diante dos

altos custos de constatações e demissões de uma empresa.” E todos concordaram com ele.

O proprietário de uma indústria cerâmica enfatizou:

“A meu ver, esse serviço se aplica mais aos casos de contratações estratégicas. Os cargos que são pilares de uma empresa, a exemplo de diretores e gerentes valem mesmo certo investimento pelos bons resultados que provocam. Acho importante o caráter sigiloso com que trabalham, já que a grande concorrência do mercado requer esse pré-requisito.”

O proprietário da empresa de Assessoria Contábil acrescentou: “Esse tipo de serviço elimina o risco de expor as estratégias da empresa a pessoas estranhas.” Finalmente, fizemos a última pergunta, assim elaborada: “Considerando que o trabalho de um *Headhunter* objetiva tornar a empresa mais competitiva no mercado, você considera viável esse tipo de consultoria?”

O empresário do segmento veículos chamou atenção para o porte da empresa, como fator dessa decisão.

A empresária de aluguel de roupas enfatizou que o valor do investimento tem de ser considerado:

“É necessário que seja negociado o preço do serviço, de acordo com o tamanho da empresa. Mas reconheço que um headhunter tem condições de indicar os profissionais mais qualificados por se dedicar apenas às demandas das organizações e das pretensões dos candidatos. Ele promove o encontro certo entre a procura e a oferta.”

O industrial do ramo de polpas de fruta foi mais além:

“Conforme já foi enfocado na questão anterior, o trabalho desse profissional, para cargos estratégicos, pode ser um importante aliado à gestão de pessoas da organização, visto que sua especialidade no assunto, pode trazer uma contratação mais rápida e objetiva, evitando retrabalho, bem como processos longos e custosos de atração e seleção.”

De acordo com as respostas obtidas, concluímos que a atuação de um *Headhunter* é reconhecida como uma vantagem dentre os empresários, que padecem com a procura de profissionais que se ajustem às necessidades da sua organização. Deduzimos também que esse tipo de serviço ainda carece de divulgação no nosso Estado, a fim de que seja considerado acessível e que seja também levado em conta o custo benefício dos serviços prestados.

3 PLANO DE *MARKETING*

O plano abaixo será usado como uma ferramenta de gestão para divulgar e garantir a competitividade da BYS no mercado em que está inserido.

3.1 DESCRIÇÕES DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS

Tendo em vista a crescente concorrência no mercado empresarial e considerando a importância de profissionais qualificados para o crescimento das organizações, a BYS concentrará os serviços oferecidos nas ações de *headhunting* e *jobhunting*, descritos em seguida:

3.1.1 *Headhunting*



Buscar no mercado, selecionar e indicar o profissional adequado para as vagas estratégicas oferecidas pela empresa contratante. Resolver as demandas do cliente, comprometendo-se a acompanhar mensalmente o desempenho do candidato apontado pelo período de um ano.

3.1.2 *Jobhunting*



Com base nos números sobre o desemprego, citados na Análise de Mercado, no Brasil é conveniente que o profissional, além de se atualizar permanentemente, esteja também atento às melhores ofertas e oportunidades de trabalho. Portanto, na função de *jobhunter*, nossa empresa destina-se a localizar postos-chave de trabalho para profissionais qualificados, com conhecimentos e experiência e que estão buscando a recolocação no mercado (*outplacement*) ou uma oportunidade de construção de carreira.

3.2 PREÇO

Ao calcular nossos preços, levamos em consideração os valores praticados pelos concorrentes do mercado paraibano e em outros estados. No caso dos serviços de Headhunting o valor cobrado à empresa contratante equivalerá a 1(um) salário equivalente ao que o empregado indicado irá receber.

Com o preço cobrado, a BYS se responsabiliza pela recolocação do candidato ou substituição do indicado junto à empresa, sem ônus para o cliente, durante o período de seis meses a partir da data de contratação.

Quanto às ações de *Jobhunting*, será cobrado ao cliente o valor igual a 1(um) salário na sua nova função. Acrescentamos que nessa cobrança fica inclusa a nossa obrigação de recolocar o candidato durante o prazo de seis meses.

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Com objetivo de influenciar os clientes em potencial e gerar interesse pelos serviços que a BYS oferece, estabelecemos algumas estratégias promocionais para atingir nosso público-alvo.

3.3.1 Apresentação dos Serviços

De acordo com os resultados da pesquisa de mercado que realizamos, constatamos que ainda existe uma grande desinformação sobre o segmento com o qual trabalhamos, o que justifica ações midiáticas para deixarem claros, os nossos objetivos.

Essa etapa será realizada, utilizando-se *banners* e vídeos, que serão divulgados através de *links* patrocinados no Instagram, Facebook e Youtube, cujo conteúdo explicará de maneira prática a necessidade e a importância dos serviços da nossa empresa.

3.3.2 Divulgação da Marca

A fim de tornar conhecida a marca da BYS, bem como a sua política de mercado, decidimos pela divulgação de dados que comprovem a eficácia das ações de *Headhunter* e *Jobhunter*, veiculando vídeos institucionais interativos, que contenham resultados comprovados dos serviços que também oferecemos, sendo de interesse das corporações, ou dirigidos aos profissionais que desejem se colocar ou se recolocar no mercado de trabalho.

3.3.3 Fidelização dos Clientes

Garantir clientes fiéis é essencial para a sobrevivência de qualquer negócio. Concordamos com a famosa frase de Kotler (1999): “Conquistar um novo cliente custa de 5 a 7 vezes mais que manter um atual”.

Daremos uma atenção especial ao CRM (*Customer Relationship Management*) e através de um *Software* específico, manteremos um banco de dados com o histórico dos consumidores, incluindo suas demandas e preferências quanto aos nossos serviços. Assim, adequaremos nosso atendimento à satisfação do contratante.

Será prioridade nossa o CS (*Customer Success*), ou seja, a gestão do atendimento ao cliente, ao administrar prioritariamente as expectativas dos mesmos, com ações preventivas para evitar problemas. Com o CS, portanto, pretendemos criar uma relação de empatia e confiança com o nosso usuário, item esse que será monitorado por meio de pesquisas ou durante visitas. Para facilitar nossa negociação e eliminar a burocracia, usaremos um contrato padrão e um eficiente sistema de cadastro, otimizando, por conseguinte, o tempo de transação.

Sendo assim, elaboramos um calendário com eventos de *networking* para dez clientes de cada vez, que serão nossos convidados em palestras e *coffeebreaks*.

3.4 ESTRUTURAS DE COMERCIALIZAÇÃO

A BYS optou pela venda direta de seus serviços e para receber seus clientes manterá sua estrutura física numa rua de fácil acesso, num prédio com estacionamento, em uma região segura e próxima aos nossos consumidores. Valorizamos o conforto do ambiente interno, cujo *layout* permite reuniões paralelas e eventos de pequeno porte.

Nosso *site* não abrange a comercialização *online*. Destina-se a apresentar o portfólio de serviços, clientes, a descrição da equipe, a definição da empresa, além de ser um eficiente meio de comunicação com as empresas.

4 PLANO FINANCEIRO

Na economia atual, vulnerável a fatores globais, o plano financeiro trata-se de um instrumento indispensável às estratégias empresariais fornecendo referências técnicas aos executivos para tomarem as melhores decisões, no que toca ao crescimento da empresa. Segundo Rossi (1998, P.82):

“Planejamento Financeiro formaliza a maneira pela qual os objetivos financeiros podem ser alcançados. Em visão mais sintetizada, um Planejamento Financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro”

4.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Os investimentos fixos incluem todos os bens que nossa empresa deve adquirir para que o início do seu funcionamento ocorra de maneira apropriada. Nos Quadros abaixo foram relacionados os equipamentos, máquinas, móveis, utensílios e ferramentas a serem comprados, bem como a quantidade necessária, o valor unitário e o total a ser desembolsado.

A – Máquinas e Equipamentos

	Descrição	Qtde.	Val. Unitário	Total
1	Computador I7	4	R\$ 1592,93	R\$ 6.371,72
2	Tela Phillips 18,5 widescreen	8	R\$ 305,00	R\$ 2.440,00
3	TV Philco 49´	1	R\$ 1619,99	R\$ 1.619,99
4	Cafeteira Nespresso Pixie	1	R\$ 249,00	R\$ 249,00
5	Purificador de Água Eletrolux	1	R\$ 369,00	R\$ 369,00
6	Câmeras de Segurança Kit CFTV (4)	1	R\$ 269,00	R\$ 269,00
7	Frigobar Midea 93l	1	R\$ 649,00	R\$ 649,00
8	Projektor Benq	1	R\$ 1599,00	R\$ 1.599,00
9	Ar-Condicionado Piso Teto 36000BTUS	1	R\$ 3921,00	R\$ 3.921,00
10	Home Theater LG 1000w	1	R\$ 711,55	R\$ 711,55
11	Telefone sem Fio 5 Ramais Intelbras	1	R\$ 525,46	R\$ 525,46

Subtotal (A) = R\$ 18.724,72

Quadro 3: Máquinas e Equipamentos. Fonte: Elaboração do autor (2018)

B – Móveis e Utensílios

	Descrição	Qtde.	Val. Unitário	Total
1	Móveis Planejados	1	R\$ 8000,00	R\$ 8.000,00
2	Cadeira Presidente	4	R\$ 299,90	R\$ 1.199,60
3	Cadeira Toleman (2)	5	R\$ 350,00	R\$ 1.750,00
4	Poltrona	4	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00
5	Jogo de Copos Acrílico (10)	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
6	Jogo de Xícaras Nespresso (2)	5	R\$ 45,00	R\$ 225,00
7	Revisteiro	1	R\$ 99,90	R\$ 99,90
8	Organizador de Papeis	4	R\$ 57,90	R\$ 231,60
9	Grampeador	4	R\$ 19,30	R\$ 77,20

Subtotal (B) = R\$ 13.783,30

Total dos investimentos fixos	Subtotal (A) + (B)	R\$ 32.508,02
--------------------------------------	---------------------------	----------------------

Quadro 4: Móveis e Utensílios. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.2 CAPITAL DE GIRO

De acordo com Assaf Neto (2002): “Num sentido mais amplo, o capital de giro representa os recursos demandados por uma empresa para financiar suas necessidades operacionais desde a aquisição de matéria-prima até a venda do produto/serviço”. Portanto, tendo em vista os valores que a BYS precisa para operar suas atividades econômicas ao longo de um tempo abaixo previsto, determinamos nosso Capital de Giro.

4.2.1 Caixa Mínimo

Com intuito de garantirmos a movimentação do nosso empreendimento, calculamos o valor mínimo em dinheiro do qual deveremos dispor para fazer face aos custos, até que as contas a receber entrem no caixa da empresa.

Na opinião de Assaf Neto (2002) se existisse uma situação ideal, na qual a empresa tivesse o controle total da sua liquidez, seu saldo de caixa seria zero. É óbvio que esta é uma posição de caixa inexistente, embora seja ótima. Fatores como alto custo do dinheiro, inflação, incerteza de fluxo de caixa, entre outros, fazem com que qualquer entidade precise manter, em magnitudes diferentes, um nível de caixa mínimo.

4.2.1.1 Prazo Médio de Vendas

Prazo das Vendas	(%)	Média Ponderada em dias
À Vista	51,25	0
30 dias	26,25	7,88
60 dias	16,25	9,75
90 dias	6,25	5,62
Total	100	23,25

Tabela 2: Prazo médio de vendas. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.2.1.2 Prazo Médio de Pagamento de Despesas

Prazo de Pagamento	(%)	Média Ponderada em dias
À Vista	100	0
Total	100	0

Tabela 3: Prazo médio de despesas. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.2.1.3 Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias

Descrição	Número de dias
Prazo Médio de Vendas	23,25
= Total de Recursos da empresa fora do caixa	23,25
Prazo Médio de Pagamento de Despesas	0
= Total de recursos de terceiros no caixa da empresa	0
Necessidade líquida de Capital de Giro em dias	23,25

Tabela 4: Necessidade líquida de capital de giro em dias. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.2.2 Capital de Giro para Empresas de Serviço

1. Custo Fixo Mensal	R\$ 16.468,95
2. Custo Variável Mensal	R\$ 18.750,00
3. Custo Total da Empresa (1+2)	R\$ 35.218,95
4. Custo Total Diário (3/30)	R\$ 1.173,97
5. Necessidade líquida de Capital de Giro em dias	23,25
Capital de Giro (4x5)	R\$ 27.294,69

Tabela 5: Capital de giro para empresas de serviço. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Tratam-se de todos os gastos executados antes do início efetivo das atividades da BYS, ou seja, antes que ela comece a oferecer os serviços ao mercado.

Investimentos pré-operacionais	Valor
Pintura da sala	R\$ 500,00
Reforma e adaptações	R\$ 2.500,00
Instalação dos equipamentos adquiridos	R\$ 700,00
Reforma na fachada	R\$ 1.000,00
Despesas para legalização	R\$ 1.581,16
Divulgação pré-operacional	R\$ 2.000,00
Treinamento remoto para os funcionários	R\$ 500,00
TOTAL	R\$ 8.781,16

Tabela 6: Investimentos pré-operacionais. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.4 INVESTIMENTOS TOTAIS

Corresponde ao total de investimentos Fixos, Financeiros e Pré-Operacionais, sendo a fase em que se conhece o total a ser investido no negócio.

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
1. Investimentos Fixos	R\$ 32.508,02	47,40
2. Capital de Giro	R\$ 27.294,69	39,80
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 8.781,16	12,80
Total (1+2+3)	R\$ 68.583,87	100,00

Tabela 7: Descrição dos investimentos. Fonte: Elaboração do autor (2018)

Após estimar o investimento total, podemos constatar que todo o valor será utilizado a partir de recursos próprios que já se encontram disponíveis para alocação na empresa.

4.5 ESTIMATIVAS DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

A presente estimativa levou em conta o preço praticado pela concorrência, além de se basear nas oscilações das demandas do mercado e na capacidade produtiva da nossa empresa.

Serviço	Quantidade	Preço de venda unitário	Faturamento total
<i>Headhunting</i>	15	R\$ 3.000,00	R\$ 45.000,00
<i>Jobhunting</i>	10	R\$ 3.000,00	R\$ 30.000,00
Total	25		R\$ 75.000,00

Tabela 8: Estimativas de Faturamento Mensal. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.6 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Nessa etapa registramos tudo que seria gasto com impostos federais, comissões sobre vendas de serviços além da cota reservada para propaganda. Tomando por base o faturamento total de um mês, temos:

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo Total
SIMPLES	16	R\$ 75.000,00	R\$ 12.000,00
Comissões	5	R\$ 75.000,00	R\$ 3.750,00
Propaganda	4	R\$ 75.000,00	R\$ 3.000,00
Total	25	R\$ 75.000,00	R\$ 18.750,00

Tabela 9: Estimativas dos Custos de Comercialização. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.7 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Na Tabela nº13 foi definida a equipe a ser contratada para abertura da empresa, salientando a atividade, a quantidade de profissionais e os respectivos salários, sendo estes baseados na média nacional de salários. Foram considerados também os devidos encargos sociais, férias e 13º salário.

Função	Quant.	Salário Mensa	(%) de encargos	FGTS	Férias	13º Salário	Total
Analista de RH	2	R\$ 2.276,00* R\$ 4.552,00	8	R\$ 182,08 *	R\$220,10 *	R\$189,66 *	R\$2.867,84* R\$5.735,68
Assistente de Marketing	1	R\$ 2.149,00	8	R\$ 171,92	R\$208,47	R\$179,08	R\$2.708,47
Pró-Labore	1	R\$ 3.000,00	*	R\$ 0	R\$ 0	R\$250,00	R\$3.250,00
Total	4	R\$9.701,00	8	R\$ 354,00	R\$428,57	R\$618,74	R\$11.694,15

*O valor se refere ao salário de 1 funcionário.

Tabela 10: Estimativas de Custos com Mão de Obra. Fonte: Elaboração do autor (2018)**4.8 ESTIMATIVAS DO CUSTO COM DEPRECIACÃO**

Estimando a reposição e perda de valor dos bens imóveis, por conta do uso, avaliamos na tabela abaixo os custos com a depreciação, de acordo com os prazos estabelecidos pela Receita Federal.

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida útil	Depreciação anual	Depreciação mensal
Computadores	R\$ 6.371,72	3 anos	R\$ 2.123,90	R\$ 177,00
Equipamentos	R\$ 9.165,80	5 anos	R\$ 1.833,16	R\$ 152,76
Móveis	R\$ 13.049,50	10 anos	R\$ 1.304,95	R\$ 108,74
Imóvel	R\$ 4.680,00	25 anos	R\$ 187,20	R\$ 15,60
Total	R\$ 33.367,02	-	R\$ 5.449,21	R\$ 454,10

Tabela 11: Estimativas de Custos com Depreciação. Fonte: Elaboração do autor (2018)**4.9 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS**

Fizemos essa estimativa considerando que os custos fixos se tratam de fatores que possuem os valores independentes do nível de atividade da empresa, ou seja, que não se alteram em virtude da quantidade negociada, mesmo que esta seja zero.

Descrição	Custo Total mensal
Aluguel da sala	R\$ 2.000,00
IPTU	R\$ 7,70
Água	R\$ 50,00
Energia	R\$ 300,00
Telefone	R\$ 80,00
Honorários do Contador	R\$ 503,00
Manutenção	R\$ 150,00
Salários e Encargos	R\$ 11.694,15
Limpeza	R\$ 400,00
Material de Escritório	R\$ 150,00
Aluguel da Impressora	R\$ 120,00
Seguro Predial	R\$ 60,00
Depreciação	R\$ 454,10
Feira	R\$ 300,00
Internet	R\$ 200,00
Total	R\$ 16.468,95

Tabela 12: Estimativas de Custos Operacionais Mensais. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.10 DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS

Nesta seção, criamos a tabela/demonstrativo com o objetivo de apresentar o resumo financeiro dos resultados operacionais da empresa, contemplando as receitas, custos e despesas mensais.

Descrição	Valor	(%)
= Receita Total	R\$ 75.000,00	100
(-) SIMPLES	R\$ 12.000,00	16
(-) Comissões	R\$ 3.750,00	5
(-) Propaganda	R\$ 3.000,00	4
= Margem de Contribuição	R\$ 56.250,00	75
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 16.468,95	21,96
= Resultado Operacional	R\$ 39.781,05	53,04

Tabela 13: Demonstrativos de Resultados. Fonte: Elaboração do autor (2018)

4.11 INDICADORES DE VIABILIDADE

4.11.1 Ponto de Equilíbrio (*Breakeven*)

Esse indicador relaciona o quanto nossa empresa necessita faturar mensalmente, na venda dos serviços, para que o empreendimento comece a dar lucro.

$$PE = \frac{\text{Custos Fixos Totais}}{\text{Índice de Margem de contribuição}}$$

Índice de Margem de contribuição

$$IMC \text{ (índice de margem de contribuição)} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável total}}{\text{Receita Total}}$$

$$IMC = \frac{R\$ 75.000,00 - R\$ 18.750,00}{R\$ 75.000,00}$$

$$R\$ 75.000,00$$

$$IMC = 0,75$$

$$PE = \frac{R\$ 16.468,95}{0,75}$$

PE = R\$ 21.958,60 ou aproximadamente **7,3 serviços**

4.11.2 Lucratividade

Com objetivo de termos uma visão mais ampla do negócio e alcançarmos uma melhor competitividade no mercado, tratamos do indicador abaixo que levanta o lucro líquido em relação às vendas, resultados esses que respondem a nossa preocupação com a saúde financeira do negócio.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{R\$ 39.781,05}{R\$ 75.000,00} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 56,04\%$$

4.11.3 Rentabilidade

Tomando por base os investimentos feitos no empreendimento e os índices praticados no mercado financeiro, estipulamos o indicador abaixo, numa análise mais abrangente a partir da qual faremos as previsões e tomaremos as decisões futuras do negócio.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{R\$ 39.781,05}{R\$ 68.583,87} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 58\% \text{ ao mês}$$

4.11.4 Prazo de Retorno de Investimento (*Payback*)

Para determinarmos o prazo em que nossa empresa começaria a recuperar o investimento realizado, calculamos o custo de oportunidade com vistas a reinvestimentos nos

serviços.

$$\text{Prazo de Retorno de Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de Retorno de Investimento} = \frac{\text{R\$ 68.583,87}}{\text{R\$ 39.781,05}}$$

$$\text{Prazo de Retorno de Investimento} = 1,72/\text{mês}$$

5 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Quem, a exemplo da nossa organização, tem de encarar as oscilações dos cenários econômicos e políticos, quer na Paraíba, quer no Brasil, quer no mundo, necessariamente precisa simular previsões para mudanças positivas e negativas, bem como tecer estratégias para solucioná-las.

5.1 CENÁRIO PESSIMISTA

Simulando um cenário pessimista, enfocamos nossa empresa num período de baixo faturamento por motivos de sazonalidade do mercado, não conseguindo atingir as metas previstas no nosso plano financeiro.

Levando-se em conta que o empreendimento atua na área de serviços, não necessitando da compra de produtos para renovação de estoque nem de insumos para fabricação de produtos, além de ter seus custos fixos baixos e enxutos, fica garantido o pagamento de todas as contas estipuladas, desde que as vendas não diminuam além do ponto de equilíbrio.

Esclarecemos que, para a nossa segurança, a lucratividade prevista da BYS foi calculada acima da média praticada no mercado e, portanto, garante ao nosso empreendimento uma margem segura mesmo em períodos de baixa lucratividade.

Imaginando que o cenário de vendas seja menor que estimado pelo *Breakeven* as soluções sugeridas para manutenção da saúde financeira da empresa seriam a ampliação do público alvo para atingir empresas de menor porte, bem como a busca por clientes potenciais nas principais cidades vizinhas.

5.2 CENÁRIO OTIMISTA

Num cenário otimista, com lucratividade maior que o previsto, concebemos nossa empresa tendo um faturamento acima do esperado, superando as metas, numa situação em que a demanda se apresenta maior que a oferta.

Diante dessa simulação, levando-se em conta que as solicitações de serviços se multiplicaram, teríamos, efetivamente, a necessidade de ampliação do quadro de funcionários, com a contratação de novos analistas de RH para atenderem às exigências do mercado de trabalho.

No caso da permanência desse cenário otimista, e considerando-se as características dos diferentes portes das empresas, quanto ao seu faturamento, a BYS seria obrigada a mudar a sua classificação empresarial de Microempresa (ME) para Empresa de Pequeno Porte (EPP).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre a atuação e importância de um *Headhunter* no contexto atual, onde a competitividade entre as empresas exige profissionais adequados às vagas estratégicas, sem que o cliente perca tempo e dinheiro na contratação e demissão do funcionário inapropriado para a função escolhida.

Ao fim deste trabalho, concluímos que esse Plano de Negócios, elaborado com base em números reais e dados atualizados acerca do cenário mercadológico onde iremos nos inserir, constitui-se para nós um roteiro de percurso, que deve ser constantemente consultado para que possamos prever as possíveis dificuldades e prevenir prejuízos mediante estratégias específicas.

Deduzimos após todos os estudos, levantamentos, análises e pesquisas que na atual conjuntura econômica e social, tendo em vista também os déficits no mercado de trabalho, com mão de obra pouco qualificada, que existe espaço e clientela para a empresa que passaremos a gerir.

Diante das oscilações no mundo de negócios e do surgimento de constantes e novas oportunidades, bem como de ameaças, estabelecemos o conceito de um planejamento flexível e sujeito a renovações periódicas.

Esse Plano de Negócios não se constitui na garantia do nosso sucesso empresarial, porém é um instrumento que nos ajudará a tomar decisões acertadas, nos alinhando aos objetivos e metas que traçamos.

Depois de considerarmos todas as possibilidades, todos os riscos, disponibilidade financeira e custos, chegamos ao final do nosso trabalho com a expectativa de que a BYS está credenciada a abrir suas portas ao público e satisfazer as necessidades dos seus clientes.

7 REFERÊNCIAS:

ASSAF NETO, Alexandre . **Administração do capital de giro**. 3. ed. [S.l.]: Atlas, 2002. 179 p.

PORTAL de Informações sobre Relações do Trabalho. **Ministério do Trabalho**, 2018. Disponível em:

<http://relacoesdotrabalho.mte.gov.br/pentaho/api/repos/:public:SRT:srt_principal.xaction/generatedContent>. Acesso em: 02 ago. 2018.

ATIVIDADE econômica avançará em ritmo maior no segundo semestre. **DCI, Diário, Comércio Indústria & Serviços**, 2018. Disponível em: <<https://www.dci.com.br/economia/atividade-economica-avancara-em-ritmo-maior-no-segundo-semester-1.720986>>. Acesso em: 23 ago. 2018.

COMO surgiram os Headhunters?. **Headmaster**, 2012. Disponível em: <<http://grupoheadmaster.blogspot.com/2012/04/como-surgiram-os-headhunters.html>>. Acesso em: 24 maio 2018.

FOURSALES na mídia: Como recrutar os melhores vendedores para sua equipe. **FourSales**, 2018. Disponível em: <<http://www.foursales.com.br/carreira/foursales-na-midia-como-recrutar-os-melhores-vendedores-para-sua-equipe/>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

GERBELLI, Luiz Guilherme. Apesar de desemprego alto, rotatividade no mercado de trabalho se mantém elevada, **REUTERS** 2017. Disponível em: <<https://br.reuters.com/article/businessNews/idBRKBN15M28X>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

KOTLER, P. (2008). **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5a ed. Atlas: São Paulo.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Site Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: Agosto/2018

SEBRAE NACIONAL. **Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas**, 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD.>> Acesso em: 29 de junho de 2018. Acesso em: Agosto/2018

TAXA de Depreciação de Máquinas e Equipamentos. Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/anexoOutros.action?idArquivoBinario=36085>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

APÊNDICE A

Headhunter, cuidando das vagas estratégicas.

Senhor empresário:

Com o propósito de abordarmos a importância de um Headhunter, o caçador de talentos, no enriquecimento do atual mercado de trabalho, gostaríamos de ouvir sua opinião sobre esse serviço customizado que colabora no binômio fundamental na vida de uma empresa: vagas estratégicas e candidatos tecnicamente qualificados, ao apresentar profissionais com excelentes referências e talento para cargos de gerências e diretores em organizações de pequenas e médios portes.

Suas respostas serão fundamentais para formulação de hipóteses que defenderemos no nosso TCC, ao concluir o Curso de Administração na Universidade Federal a Paraíba, em novembro deste ano.

*Obrigatório

Antes de responder o questionário, por favor assista ao vídeo abaixo que descreve as funções de um Headhunter. Obrigado!

Qual o segmento da sua empresa? Quantos funcionários possui?
? *

Sua resposta

Qual a maior dificuldade no momento de contratação de empregados? *

Sua resposta

Sua empresa mantém um banco de currículos ? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outro:

Como é feita a escolha de pessoas para vagas estratégicas? *

Sua resposta

Já fez uso dos serviços de empresas de Recursos Humanos ? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Como foi a experiência ?

Sua resposta

Quanto tempo, em média, sua organização leva para encontrar um candidato com a qualidade técnica exigida ? *

Sua resposta

No caso do Headhunter, que conhece a política e as pretensões empresariais, as indicações são mais rápidas e exatas. Você levaria em conta esse diferencial? *

Sua resposta

Você concorda com o argumento a seguir ? "O investimento com os serviços de Headhunting é compensador, a longo prazo, diante dos elevados custos de contratações e demissões de uma empresa". *

Sua resposta

Considerando que o trabalho de um Headhunter objetiva tornar a empresa mais competitiva no mercado, você considera viável esse tipo de consultoria ? *

Sua resposta